

2021 年度

博士論文（要約）

（指導教員：山田晴通 教授）

論文題名 テレビ情報誌

—メディアに寄り添うメディアとしての存在価値

英文題名 TV Information magazines

—The value of existence as a medium with the media

東京経済大学大学院
コミュニケーション学研究科博士後期課程

学籍番号 19dc001

氏名 平松恵一郎

目 次

序章

- 第1節 テレビ情報誌とは何か
- 第2節 メディアに寄り添うメディア～テレビ情報誌
- 第3節 『TV GUIDE』の誕生
- 第4節 本論文の構成

第1章 先行研究の検討

- 第1節 テレビ情報誌に関する先行研究
- 第2節 テレビ番組表に関する先行研究

第2章 テレビ情報誌前史～番組表の誕生

- 第1節 ラジオ番組表の誕生
- 第2節 テレビ番組表の誕生
- 第3節 テレビ情報誌の誕生
- 第4節 FM 情報誌の時代
- 第5節 新聞ラ・テ欄の発展～番組表配信会社の誕生
- 第6節 番組予約と番組表
 - (1) バーコード予約
 - (2) Gコード予約
- 第7節 テレビ情報誌にとって番組表とは
- 第8節 テレビ番組表とは何か

第3章 テレビ情報誌の歴史

- 第1節 『週刊TVガイド』の誕生と発展
- 第2節 『ザテレビジョン』の創刊
- 第3節 テレビ情報誌の変遷
- 第4節 番組表の外注化
- 第5節 地デジ化以降のテレビ情報誌

第4章 若者雑誌を志向した隔週刊テレビ情報誌

- 第1節 隔週刊テレビ情報誌の誕生の背景
- 第2節 ビデオ時代の隔週刊テレビ情報誌
- 第3節 若者をターゲットとした隔週刊テレビ情報誌の時代
- 第4節 テレビブロス創刊の背景
- 第5節 テレビ情報誌の方向性
- 第6節 『テレビブロス』の軌跡と「ブロスらしさ」
- 第7節 ネット時代の隔週刊テレビ情報誌

第5章 月刊テレビ情報誌の時代へ

- 第1節 月刊テレビ情報誌とは何か
- 第2節 月刊テレビ情報誌の誕生
 - (1) 衛星放送専門誌として
 - (2) 地上波を掲載した月刊誌の誕生
 - (3) 衛星放送専門誌からの脱却
- 第3節 衛星デジタル放送の誕生
 - (1) CS アナログから CS デジタルへ
 - (2) BS デジタル放送の誕生
 - (3) BS 放送と韓国ドラマ
- 第4節 月刊テレビ情報誌の新しい形
- 第5節 ライトユーザーの増加

第6章 番組表の向こうへ

- 第1節 情報誌の賞味期限
- 第2節 読むテレビ情報誌
- 第3節 番組表のないテレビ情報誌への取り組み
- 第4節 番組表のその先へ

終章 テレビ情報誌のこれから

第1節 2021年のテレビ情報誌

1. 週刊誌
2. 隔週刊誌
3. 月刊誌

第2節 テレビの黄金時代とは

第3節 メディアに寄り添うメディアとして

参考文献

初出原稿一覧

序章

テレビ情報誌とは、主にテレビ番組表を掲載し、おすすめ番組等を紹介している雑誌である。その発行サイクルは、番組表の掲載期間によって、週刊誌、隔週刊誌、月刊誌の3種類が存在する。日本のテレビ情報誌の中で、一番歴史が長いものは1962年創刊の『TVガイド』（東京ニュース通信社）で、2022年には創刊60周年を迎える。それだけ歴史があり、2022年1月現在、14誌が書店流通している雑誌ジャンルでありながら、その先行研究はきわめて少なく、また、その歴史を体系的にまとめたものも管見の限り存在しない。

テレビ情報誌は、テレビという放送メディアとともに成長してきた雑誌メディアである。もともとメディアとは、何らかの情報（コンテンツ）を送り手から受け手に伝えるための媒体であり、メディアに寄り添うメディアという意味では、その媒体をさらに媒介するものとも考えられる。マーシャル・マクルーハン（M.McLuhan）の定義によれば、メディアとは「人間の拡張したもの」であり、いわゆるマスメディアだけを指すものではなく、ありとあらゆる「媒介するもの＝メディア」とされる。メディアに寄り添う雑誌メディアとしては、たとえば、鉄道をメディアと考えれば『時刻表』もそれにあたるであろう。映画というメディアには映画雑誌、住宅をメディアと考えれば住宅情報誌、自動車をメディアとすれば自動車専門誌等、あらゆるメディアに寄り添うメディアが存在していることとなる。

映画雑誌を例にとると、映画というメディアに寄り添って、映像メディアを活字メディアで論じている。映画雑誌の読者の多くは、映画を観に行く前に、そのみどころ等を映画雑誌で予習してから映画館に行くことが多い。ここでいう「映画」を「テレビ」に置き換えれば、テレビ情報誌の読者も同様のスタイルと言ってよい。しかし、テレビ情報誌の読者と、映画雑誌や音楽雑誌の読者との大きな違いは、テレビ放送には時間の縛りが存在するという点である。映画は映画館で、上映期間内であれば繰り返し上映される。音楽もコンサートに関しては一期一会のライブではあるが、音楽それ自体はレコードやCD等の記録メディアによって何度も楽しむことができる。たとえば映画雑誌や音楽雑誌は、映画を観たあと、あるいは音楽を聴いたあとに、評論に触れることも考えられる。しかし、テレビ放送は、一部再放送される番組もあるが、ビデオ録画が一般化する時代になるまでは、放送される時間にテレビの前にいる必要があった。そこで大きな道標の役目を果たしていたのが、番組表ということになる。

しかしながら、必ずしもテレビ情報誌を読まなくてもテレビを見ることはできる。それで

も敢えてテレビ情報誌を読む読者とは、テレビをより深く視聴しようとする「テレビウォッチャーとしてのエリート」と言ってよいだろう。

そういったテレビ視聴を積極的に楽しもうとする層の需要に応えたメディアが、アメリカで 1953 年に誕生した雑誌『TV GUIDE』である。

第 1 章 先行研究の検討

テレビ情報誌の先駆者であるアメリカの『TV GUIDE』は、雑誌というよりも鉄道の時刻表的なニュアンスでとらえられていた。その傾向は日本でも少なからずあり、テレビ情報誌はこれまで「雑誌」として研究された例はほとんど見受けられない。テレビ情報誌の先行研究は少ないが、ここでは主にメディア系の雑誌等に掲載された論考を中心に検討した。

アメリカでは、1959 年から 1970 年に『TV GUIDE』に掲載された代表的な記事をジャンルごとに選んで Cole, B.G. が編集した『*TELEVISION: A Selection of Readings from TV Guide Magazine*』(1970) という書籍が発行されている。さらに 1990 年代に入ってから、『TV GUIDE』を研究した Altschuler, G.C. と Grossvogel, D.I. の共著による『*Changing Channels: America in TV Guide*』(1992) が発行された。

日本のテレビ情報誌も、1980 年代に入り、『ザテレビジョン』(角川書店)、『Telepal (テレパル)』(小学館)、『週刊テレビライフ』(学研)など総合出版社が参入し始めたことで、ようやく注目を集め始めた。これらの創刊の背景には、ホームビデオの普及がある。番組を録画して見るという行為が一般化するにつれ、先々の番組情報が必要となり、新聞のテレビ欄では間に合わなくなってきたのだ。そのころになると、ビデオ録画とテレビ情報誌の関係に言及する研究も若干見ることができる。

あわせて、テレビ情報誌の根幹を成しているテレビ番組表に関する先行研究として、新聞のラジオ・テレビ欄(ラ・テ欄)に関する研究の検討も行った。ラ・テ欄の存在は、新聞にとっては重要な読者サービスであり、テレビにとっては視聴者獲得の重要なアイテムとなっている。しかし、テレビ情報誌は新聞の番組表を特に意識していない。確かに、新聞はテレビ情報誌では掲載できない、その日のワイドショーの内容まで載せることが可能である。あるいは、新聞ならその日の夜の番組に急な変更が出た場合でも、夕刊で変更できる。テレビ情報誌と新聞は同じ番組表でも、まったく別物と考えても良いだろう。

第2章 テレビ情報誌前史～番組表の誕生

テレビ情報誌誕生以前から新聞に掲載されている番組表は、どういう変遷をたどってきたのだろうか。最初の番組表は1925年に新聞に掲載されたラジオの番組表から始まった。その後、ラジオ局が複数開局し、ラジオ番組表がちょうど現在のテレビ番組表のような形状で掲載されるようになった。1953年にテレビ放送がスタートしても、しばらくはラジオ番組表がメインで、テレビ番組表は下段に小さく載っている程度であった。現在でも新聞の番組欄が「ラ・テ欄」と呼ばれるのは、長年ラジオが主であったころの名残である。1959年に読売新聞が、テレビの番組表を上段に掲載するようになり、その後、新聞の番組表はテレビが主となっていく。やがて、テレビは我々の生活になくてはならないものとなり、1960年前後から番組表を掲載したテレビ情報誌が登場するようになった。

日本で最初のテレビ情報誌は、国立国会図書館所蔵のものでは、旺文社から1960年に創刊された『週刊テレビ時代』とされている。それ以前にもいくつか創刊しているが、どれも長くは続かなかった。1962年、東京ニュース通信社から『週刊TVガイド』（現『TVガイド』）が創刊され、同誌が現在まで続く雑誌としては一番歴史のあるテレビ情報誌である。

また、番組表が掲載された雑誌としては、かつてFM情報誌も存在した。1970年代に、FMで放送される音楽をカセットテープに録音してコレクションする「FMエア・チェック」が若者を中心に大きなブームとなっていた。最盛期にはFM放送の番組情報誌は4誌がしのぎを削った。

1970年代に入り、新聞にとってテレビ番組表はさらに重要なコンテンツとなっていき、読売新聞が中面にあった番組表を、より見やすい最終面への移動に着手し、現在では全国紙のほとんどのテレビ欄は最終面に掲載されている。このころには、新聞のラ・テ欄は、読者獲得のためにも大きな比重を占めるものとなっていたが、同時に制作に非常に手間のかかるページでもあった。新聞社としてはこれをなんとか合理化したいということが課題となり、配信会社へ制作を委託する動きが始まった。配信会社の誕生で、番組表制作は外注されるようになる。番組表の外注化は、やがて新聞だけでなく雑誌にも広がり、各出版社にとってもテレビ情報誌への新規参入が容易になっていくこととなった。

やがてビデオ時代となり、番組表は録画予約に欠かせないものとなっていく。この録画予約をなんとか簡単にできないかということで、1986年にバーコード予約が開発され、一部

のテレビ情報誌に、ビデオ録画用のバーコードが掲載された。また、1992年には朝日新聞に、アメリカのジェムスター・デベロップメント社が録画予約用に開発したジェムスター・コード（Gコード）が掲載された。これは、番組それぞれに振られた1桁から8桁の数字を、ビデオプラスという録画予約用の小さな装置に打ち込みビデオデッキの近くに置いておくと、時間が来れば赤外線でその情報をビデオデッキに送り、録画を開始するという画期的なシステムであった。Gコードは各新聞の番組表からテレビ情報誌にも掲載されるようになり、2011年に地上波がデジタル化されるまで、録画予約のスタンダードであった。

かつて、新聞をテレビ番組表がほしいために購読していた層が一定数存在した。その後、テレビ情報誌が登場し、「新聞を毎日取るのは負担だが、テレビ番組表はほしい」という人たちが、新聞より安価で済むテレビ情報誌に飛びついた。1980年代には、そういった若者をターゲットにしたテレビ情報誌も創刊している。しかし、若者のテレビとの関わり方も大きく変化した。今や若者にとって新聞やテレビは必ずしも必要なものではなく、どちらもスマートフォン1台あれば賄えるということなのかもしれない。

第3章 テレビ情報誌の歴史

前述の通り、現在発行されているテレビ情報誌の中で、一番歴史があるものは1962年に創刊した『週刊TVガイド』（現『TVガイド』、東京ニュース通信社）である。同誌は、アメリカの『TV GUIDE』に影響を受けて創刊されたものであった。創刊時の番組表は現在のような表組ではなく、アメリカと同様に放送開始時刻順に横組みで流し込むスタイルであった。この形は1964年9月4日号まで続いた。雑誌のサイズはA5判で、アメリカの『TV GUIDE』よりはA5判ではあるが、コンパクトサイズの雑誌であった。創刊時は関東地区の番組表のみだったが、1966年に関西版を創刊、1967年に中部版を創刊し、以後、地区ごとに異なる番組表に対応する形で地区版を次々と創刊していき、現在は14地区版を発行する全国誌に成長した。

1974年には共同通信社より『週刊TV fan』（その後、版元が東京ポストに移り『週刊テレビ番組』となる）が創刊され、テレビ情報誌は長くこれら週刊誌2誌の時代が続くが、1982年9月に角川書店より『ザテレビジョン』が創刊されて、状況は一変する。それまで比較的小規模な版元から発行されていた週刊テレビ情報誌市場に総合出版社が本格参入し、テレビ情報誌市場は出版界でも注目されることとなっていった。『ザテレビジョン』の判型

は『週刊TVガイド』より大判のAB判で、番組表は1日分を見開きとし、他誌に先駆けて2色刷りで掲載した。ほかにも、1982年には小学館から初めての隔週刊テレビ情報誌『テレパル』が創刊され、翌1983年には、学習研究社（学研）が『週刊テレビライフ』（1993年より隔週刊誌）を創刊、大手出版社が次々とテレビ情報誌への参入を始めていった。その後、隔週刊誌、月刊誌とテレビ情報誌が各社から創刊されていく。配信会社による番組表の外注化が可能となり、テレビ情報誌のノウハウのない出版社も参入しやすくなり、タウン情報誌等でも番組表を掲載することが容易になっていた

やがて、2011年に地上波テレビがデジタル化（地デジ化）され、EPG（Electronic Program Guide＝電子番組表）によりテレビ画面上でも番組表が容易に見られるようになった。しかし、この2011年を境にテレビ情報誌が大きく部数を落とすということとはなかった。テレビ情報誌の読者は、番組表以外にも価値を感じているということであろう。

第4章 若者雑誌を志向した隔週刊テレビ情報誌

週刊誌からスタートしたテレビ情報誌だが、1982年に初めての隔週刊誌『テレパル』（小学館）が創刊した。これはVTRが普及し始め、録画予約のために週刊よりもさらに先の情報がほしい読者ニーズに応えたもので、1987年には隔週刊誌として『テレビブロス』（東京ニュース通信社）、『テレビステーション』（ダイヤモンド社）、『TVぴあ』（ぴあ）が相次いで創刊、この時点で隔週刊テレビ情報誌は一気に4誌となった。当時、録画予約はFMエア・チェックの延長線上にあって、まだタイムシフト視聴というよりも、若者が映画等を録画してビデオをコレクションするということが多く、隔週刊テレビ情報誌はどれも若者雑誌を志向していた。

同じ若者向けのなかでも『テレビブロス』は、テレビ情報誌というよりもコラムを中心としたサブカルチャー雑誌に近く、若者の共感マガジンを志向していた。泉麻人、いとうせいこうを編集アドバイザーに迎え、若い読者から共感を集める書き手によるコラムを連載したほか、番組表内にあった無署名の小さなコラム「ブロス探偵団」や、読者投稿欄「PiPiPi CLUB」が人気を集め、まさに読者による共感マガジンとして成長していった。しかし、雑誌を通しての共感とは、やがてインターネットやSNSにとって代わることとなっていった。

テレビ情報誌でありながら、コラム雑誌やサブカルチャー雑誌に近かった『テレビブロス』だったが、ほかにも1990年代になると、スポーツやゲーム、生活情報など、ある特定のジ

ジャンルに特化したテレビ情報を掲載したテレビ情報誌がいくつか誕生した。しかし、こういったあるジャンルに特化したテレビ情報誌は、どれも永続することはなかった。

1980年代に隔週刊 FM 情報誌からの流れで誕生した隔週刊テレビ情報誌というトレンドは、ビデオ録画時代の終焉とともにその役目を終えた。現在発行されている隔週刊誌は『テレビライフ』と『テレビステーション』の2誌であるが、これらも番組表の掲載期間が2週間分であるということを除くと、巻頭と巻末にアイドルのグラビアがあり、センターに番組表があるといった、週刊テレビ情報誌に近い誌面構成になっている。

かつて、テレビ情報誌はテレビを見るための情報誌であったが、現在はファンにとっての好きなアイドルが掲載されている雑誌である。隔週刊テレビ情報誌2誌も、ビデオ録画の時代が終わった2000年前後から、現在のテレビ情報誌の読者が求めている誌面構成になっていった。2021年8月時点で、地上波の番組表を掲載しているテレビ情報誌11誌の発行サイクルの内訳は、週刊誌3誌、隔週刊誌2誌、月刊誌6誌である。テレビ情報誌は隔週刊誌よりも、さらに番組表掲載期間が長い月刊誌の時代へと移行している。

第5章 月刊テレビ情報誌の時代へ

1980年代後半、テレビは衛星放送（BS）の時代に入った。1987年にBS専門の月刊テレビ情報誌『テレビコスモス』（角川書店）が創刊する。1991年に初の民放BS局であるWOWOWが開局し、新たに月刊誌『テレビタロウ』（東京ニュース通信社）が創刊した。同誌はBSの番組表だけでなく、初めて1か月分の地上波の番組表を掲載した。この1か月分の地上波番組表は読者に広く受け入れられ、テレビ情報誌は月刊誌の時代に入っていった。特に大きかったのは、1995年に『テレビコスモス』が『月刊ザテレビジョン』にリニューアルし、地上波中心の月刊誌に舵を切ったことである。その後、『テレビナビ』（産経新聞社）をはじめ、各社から月刊のテレビ情報誌が創刊されていく。

一方、1996年からはパーフェクTV！がスタート、1998年にはスカパーフェクTV！となり、本格的なCS時代が到来する。2000年にはBSデジタル放送も開始され、一気に多チャンネル化が進んだ。2001年にはBSデジタル放送に対応した月刊誌『デジタルTVガイド』（東京ニュース通信社）が創刊した。同誌は2003年から番組表を1日分6ページとし、地上波2ページ+BSデジタル2ページ+CS放送2ページの3波対応型となった。角川書店からは2001年に『BSザテレビジョン』が創刊され、翌年『BS&CSザテレビジ

ン』となった。2007年には共同通信社より地上波+BS+CSの3波に対応した月刊テレビ情報誌『TV fan（テレビファン）』が創刊されている。

また、BS放送がフックとなって人気コンテンツとなったものに韓国ドラマがある。2003年にNHK-BS2で放送された『冬のソナタ』から韓流ブームは爆発したが、韓国ドラマは今でもBS放送にとって重要なコンテンツとなっている。

1987年に衛星放送専門誌として創刊した月刊テレビ情報誌は、その後10年ほどの間で大きく成長してきたが、大別すると3つの方向性に分けられる。①地上波中心型、②地上波+BS+CSの3波掲載型、③CS（スカパー！）特化型である。特に、1990年代後半からは、テレビに対する“ライトユーザー”が増加したことと、EPGによる録画予約の普及によって、テレビ情報誌のユーザーが月刊誌へと傾倒していった。1か月分の番組表で先々の大まかな視聴計画を立て、録画予約はEPGで行うというのが、地デジ化以降のテレビ情報誌読者のスタイルとなり、テレビ情報誌は月刊誌の時代となっていった。

第6章 番組表の向こうへ

アメリカを参考に週刊誌として誕生したテレビ情報誌は、FM情報誌から派生する形でビデオ録画に適応した隔週刊誌が生まれる。その後、衛星放送がスタートすることにより月刊誌が誕生した。月刊誌はやがて衛星放送だけでなく地上波にも対応するようになり、さらに付加価値をつけながら成長し、ついにはテレビ情報誌の主流となっていった。

一般的に情報誌は、情報の鮮度、いわゆる情報の賞味期限というものを考えれば、発行サイクルは短い方が有利であるはずだ。しかし、テレビ情報誌の場合は現在のところ一般的な情報誌とは逆行する傾向にある。掲載されるテレビ番組表も、1週刊分（週刊）→2週刊分（隔週刊）→1か月分（月刊）と、どんどんスパンが長くなっている。さすがに1か月分より長い期間の番組表の掲載は現状では難しいので、その先は、「番組表のないテレビ情報誌」という形になるのだろうか。

2021年現在、デジタル時代のテレビ情報誌のあり方として、テレビ情報誌各誌は、それぞれムックや増刊という形で、番組表のないテレビ情報誌の模索を始めている。しかし、それらは純粋にテレビ情報誌というものではなく、写真集やアイドル雑誌に近いものとなっている。それまでテレビ情報誌の発行を通して放送局や芸能事務所との関係性ができていたので、その流れで増刊を作ることは、ある意味自然な流れともいえる。

アメリカではニューヨークタイムズ紙が、2020年8月31日付をもって、81年間続けて来たテレビ欄の掲載を休止した。同紙の文化欄編集者ギルバート・クルズ（Gilbert Cruz）氏は「デジタル・ストリーミングの時代になり、番組表という形が視聴スタイルに合わなくなった」としている。新聞のテレビ欄に関しては日本でも同様に、NHK放送文化研究所の「日本人とテレビ」調査では、2000年から番組選択の方法について調査しているが、番組を「新聞のテレビ欄を見て選ぶ」という人は、2000年60%→2005年56%→2010年49%と、調査のたびに減少している。確かに日本においても、テレビの見られ方はだいぶ変化してきている。同時に、テレビのコンテンツ自体も大きく変わってきた。

時代の変化を受けながらも、テレビ情報誌はテレビを楽しむ視聴者（読者）のために発行を続けているわけだが、テレビ番組自体が変化してきていることを考えると、近い将来「テレビ番組表のないテレビ情報誌」が一般化する日が来るのかもしれない。

終章 テレビ情報誌のこれから

日本でテレビ情報誌がこのように広く受け入れられ、現在でも多くの雑誌が存在しているのは、やはりテレビというものが日本で広く受け入れられたメディアであるという現れではないだろうか。インターネットの時代になり、テレビというメディアも60年前とはだいぶ変化してきた。はたしてテレビというメディアの黄金時代はいつ終焉を迎えたのだろうか。そのきっかけは、テレビを番組視聴目的以外に使い始めたということが大きい。ブラウン管がビデオやゲームのモニターに変わり始めた時代は、ちょうど隔週刊テレビ情報誌の時代と重なる。ビデオやゲームなど、若者を中心に流行し始めた新しいテレビの使い方の時代と、若者雑誌を志向していた隔週刊テレビ情報誌の時代は合致し、同時にそれは「テレビの黄金時代」が終焉を迎えることを意味している。

現在、テレビ情報誌は、地上波+BS+CSの3波を扱う番組表中心のヘビーユーザー向けのものと、番組表よりもタレントやアイドルのグラビアを中心としたライトユーザー向けのものに2極化する傾向にある。そしてその傾向は今後ますます強くなっていくと考えられる。

序章で示したテレビ情報誌を買ってまでテレビを能動的に見る層、いわゆる「テレビウォッチャーとしてのエリート」と言えるのは、現在では3波誌を購入するようなヘビーユーザーを指す。しかし、たとえ読者が2極化しても、テレビ情報誌がテレビとともにあること

には変わりはない。しかも 2 極化している読者の中心は、どちらもシニア層であると考えられる。もともと「テレビウォッチャーとしてのエリート」が誕生した 1960 年代にテレビとともに幼少期を過ごした世代は、当時「テレビっ子」と呼ばれた。「テレビっ子」たちはそのままテレビから離れることなく大人になり、現在はシニア層と呼ばれる年代に入っているが、その多くが変わらず「テレビ好き」だ。同時に、その世代は雑誌世代でもある。まさにテレビ、雑誌とともに生きて来た世代であり、テレビを見るための雑誌であるテレビ情報誌は、この世代に支えられてきたとも言える。テレビ情報誌の存在理由とは、この世代にとっての存在価値と言えるのかもしれない。

序章で、映画や音楽と異なり、テレビだけが時間の縛りがあると記した。しかし、インターネットの時代になりテレビもストリーミング配信での視聴が主となれば（それを「テレビ」と呼ぶかどうかは別として）、いわゆる時間の縛り自体が消滅する可能性も出て来た。テレビの見方が変化してきたことで、今後は番組表という概念も変わってくるであろう。

メディアに寄り添うメディアであるテレビ情報誌は、今後もそこにテレビがある限り存在し続けるはずである。ラジオの時代からテレビの時代になってもラジオがなくならなかったように、インターネットの時代になってもテレビがなくなることはないだろう。しかし、テレビの形が大きく変わっていく可能性はある。テレビ情報誌は、それを支えて来た「テレビウォッチャーとしてのエリート」とともに、現在よりも小さなメディアとなって存続していくことが考えられる。ひとまわり小さなメディアとなって、かつての「テレビっ子」世代に代わる新しい世代を獲得していくことが課題と言える。テレビ情報誌は、今後も寄り添うべきメディアであるテレビの動きを注視しながら、したたかに発行を続けていくことだろう。